In der Debatte über die Medien und über die Kritik an ihnen landen die Streithähne schnell beim Stichwort „Lügenpresse“. Eine unsinnige Debatte. Unsere, jedenfalls meine Kritik an den Medien zielt nicht vor allem darauf, Ihnen die Verbreitung von Lügen vorzuwerfen, das Wort „Lügenpresse“ halte ich ohnehin für viel zu pauschal – meine Kritik zielt darauf, dass sich viel zu viele etablierte Medien an Kampagnen der Meinungsmache beteiligen. Kampagnenjournalismus ist das eigentliche Übel. Mit Kampagnen der Meinungsmache werden politische Entscheidungen beeinflusst. Damit bin ich bei Claus Kleber. Er hat im Interview mit Oliver Bierhoff mal wieder ein Stück der üblich gewordenen Kampagne gegen Russland eingebracht. Ich weise Sie darauf hin, weil diese Masche vermutlich die Fußballweltmeisterschaft in Russland begleiten wird. **Albrecht Müller**.

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/171204_Jobtausch_zwischen_Oliver_Bierhoff_und_Claus_Kleber_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Wenn Oliver Bierhoff das Heute Journal moderieren würde, hätten wir die Chance, etwas weniger Kampagnenjournalismus zu erleben. Diesen Eindruck jedenfalls musste man am Freitagabend gewinnen, als Claus Kleber den Manager der deutschen Fußballnationalmannschaft interviewte. Die beiden sprachen über das Ergebnis der Verlosung für die Gruppenspiele.

Von Rechts wegen gehöre die Weltmeisterschaft wegen Staatsdoping abgesagt, meinte Kleber bei Minute 2:00 dieses Ausschnitts des Heute Journals vom 1.12.2017. Und weiter: Sei es nicht so, dass der Titel von Anfang an beschmutzt sein werde. Bierhoff verneinte das und verwies auf die immer wieder, zum Beispiel auch bei den Olympischen Spielen in China und nicht nur im Falle Russlands auftauchende Frage. Er selbst sei dafür, auf die Menschen des Gastgeberlandes zuzugehen und die völkerverbindende Wirkung des Sports zu zeigen. Kleber dazu mit dem zynischen Abspann, das könne schön werden.

Man muss daraus schließen, dass wichtige Medien die WM zum Feindbild-Aufbau nutzen werden. Nur deshalb mache ich auf den kleinen Disput vom vergangenen Freitag aufmerksam.

Sie werden an diesem Beispiel erkennen, dass es bei der systematischen Meinungsmache nicht zu allererst um das Streuen von Lügen geht. Wichtig sind wiederkehrende Botschaften, mit denen eine manipulative Kampagne gestützt wird. Ich verweise in diesem Zusammenhang auf eine Tagung Ende April 2010. Wir hatten darüber am 15. Mai 2010 unter dem Stichwort „Kampagnenjournalismus – das Gespinst von Verschwörungstheoretikern?“ berichtet. Am 30. April war ich mit einem Kurzreferat zu Gast bei dem Kongress von Medienwissenschaftlern und Medienjournalisten in Leipzig. Text des Vortrags siehe hier. Thema war: Was Medienjournalismus leisten sollte. Er müsste, so mein fünfter und wichtigster Punkt, über die Kampagnen aufklären, mit denen mittels Medien versucht wird, gefällige politische Entscheidungen herbeizuführen. Beim etablierten Teil der anwesenden Wissenschaftler und Journalisten löste der Hinweis und die Beschreibung mehrerer Kampagnen das übliche Kopfschütteln und den Vorwurf „Verschwörungstheoretiker“ aus. Das ist immer wieder erstaunlich, werden wir doch täglich mit clever geplanten Kampagnen und ihrer Umsetzung über die Medien konfrontiert.